

UNIVERSIDAD ESAN



PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA DE DESAYUNOS DE ENTREGA RÁPIDA EN PUNTOS ESTRATÉGICOS DE LIMA MEDIANTE EL USO DE TECNOLOGÍA MÓVIL

Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el grado de Maestro en Gestión Empresarial:

1603492	Bruno Sixto, Diana Karen
1604051	Delgado Rosas, Giuliana María
1604292	La Torre Fidel, Brigitte Martha
1603435	Rodriguez Gamarra, Glen Wilfredo

Programa de la Maestría en Gestión Empresarial 01

Lima, 02 de Marzo 2018

Maestría en:	Gestión Empresarial
Título de la tesis:	Plan de negocios para la venta de desayunos de entrega rápida en puntos estratégicos de Lima mediante el uso de tecnología móvil
Autores:	Bruno Sixto, Diana Karen Delgado Rosas, Giuliana María La Torre Fidel, Brigitte Martha Rodríguez Gamarra, Glen Wilfredo

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis tiene como objetivo determinar la viabilidad de la ejecución del negocio que busca ofrecer desayunos clásicos y con opciones saludables donde los clientes podrán elegir su propia combinación de combos a través de un aplicativo móvil, pagando de manera virtual, segura y confiable; recogiendo su pack de manera rápida mientras están camino al trabajo. La aplicación móvil permitirá al consumidor tener la opción de elegir su propia combinación de combos a precios competitivos y con la seguridad que son productos de calidad, destacando el buen servicio, demostrando rapidez y creatividad en la presentación con el fin de cautivar a más clientes.

El análisis del macro entorno, demostró la ventaja de aprovechar los cambios tecnológicos y las tendencias socio culturales; debido la tecnología ha formado parte del día de día de la mayoría de jóvenes y como la tendencia de consumir alimentos fuera del hogar viene incrementándose; la presente carencia de propuestas de venta de desayunos mediante un aplicativo móvil que se preocupe por el tiempo del consumidor nos permite abarcar un mercado potencial, por ello se estableció como público objetivo los oficinistas de 25 a 35 años de edad que trabajen en el distrito de San Isidro, que tengan un Smartphone y realicen compras a través de diversos aplicativos y que tomen desayuno fuera de casa.

Para establecer la viabilidad del plan de negocio, se realizó un primer acercamiento a través de las redes sociales con los potenciales consumidores, donde logramos recibir el feed back adecuado que nos permitió diseñar el producto; posteriormente, en el focus group se determinó que el atributo principal era el uso de

un aplicativo y en las 300 encuestas realizadas demostró una intención de compra del 34%.

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se establecieron estrategias para poder implementar el plan de marketing, enfocándonos en el marketing mix que refuerce los objetivos del marketing y que vayan alineados a los resultados de la encuesta y las opiniones que se han podido rescatar en las investigaciones cualitativas y cuantitativas. Queremos lograr un nivel de calidad en el servicio y en el producto a través de una atención especializada y el buen manejo de nuestras operaciones.

En base a los resultados antes descritos, la estrategia general de la organización es la segmentación enfocada a un segmento, debido a que está orientada a un sector específico (oficinistas de San Isidro) y se ofrecerá un servicio diferente e innovador. Se considera como principal ventaja competitiva: la creación de una marca y lograr la fidelización de nuestros clientes; esto último se logra mediante una innovadora forma de gestionar los pedidos de desayunos, la ubicación estratégica del local, precio adecuado, productos saludables y nutritivos, personal capacitado y siempre orientado al cliente.

Una vez plasmados las estrategias y el plan de marketing, reforzamos el plan de operaciones, el cual nos permitió establecer los procesos óptimos para el desarrollo de la empresa, con el fin de crear una experiencia única para el consumidor. La importancia radica en llevar el control de los procesos para elaborar un producto de calidad.

El modelo de negocio está apalancado en la tecnología de información, debido a que los procesos estratégicos claves del negocio son soportados por los sistemas de información: el aplicativo móvil gestiona los pedidos de los clientes, mientras que el Sistema ERP gestiona los procesos de abastecimiento y operaciones; así como también optimiza el uso de recursos empresariales.

Finalmente, se contará con una inversión inicial de S/ 324,648 de los cuales el 50% será financiado por los socios de la empresa y para el 50% a través préstamos de terceros. Se ha realizado un análisis económico a 6 años, obteniendo un VAN de S/ 566,214 y un TIR de 65%, demostrando la rentabilidad del plan de negocios.